



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE926 Företagsekonomi I - marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Business Administration I - Marketing, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1N

### Fastställande

Fastställd 2015-03-18.

Reviderad 2026-01-26. Undervisningsform och uppdatering av standardtexter.

Kursplanen gäller från och med hösttermin 2026.

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för grundläggande begrepp och modeller om konsumentmarknadsföring
- identifiera och beskriva de skilda faserna i en organisations marknadsföringsprocess
- redogöra för tjänstemarknadsföringens begrepp och modeller
- redogöra för grundläggande begrepp och synsätt inom industriell

- marknadsföring, "Business-to-Business"
- återge huvuddragen i svensk marknadsrättslig lagstiftning
- tillämpa teorier och modeller från delkursen för att förstå praktiskt verksamma organisationer
- tillämpa struktur och korrekt formalia för en akademisk rapport

## Innehåll

Kursen behandlar följande områden och begrepp:

- marknadsplaneringsprocessen och dess olika steg
- marknadsmixens sammansättning; olika konkurrensmedel såsom produkt, pris, marknadskommunikation och distribution
- industriell marknadsföring, "Business-to-Business", interaktionsprocesser och nätverk
- marknadsföring av tjänster, service management
- svensk marknadsrättslig lagstiftning

## Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier enligt kursansvarigs instruktioner. Undervisningen består av inspelat föreläsnings- och videomaterial. Kursen förutsätter tillgång till dator med internetuppkoppling och webbkamera. Obligatoriska träffar på campus ingår.

## Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E eller F.

Kursen examineras genom skriftlig individuell examination 3,5 hp och fyra individuella skriftliga uppgifter 1 hp vardera.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

## Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i följande kurs/kurser:  
1FE406, 1FE505:2, 1FE760:2 och 1FE925 med 7,5 hp vardera.

## Övrigt

Examination sker på kurstillfällets angivna undervisningsspråk.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Kotler, P., Armstrong, G. & A. Parment. *Principles of Marketing Scandinavian Edition*. Harlow: Pearson Education Limited. Senaste upplaga. Cirka 600 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 200 sidor.

### **Referenslitteratur**

Patel, R. Davidsson, B. *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Cirka 150 sidor.